

BAB III

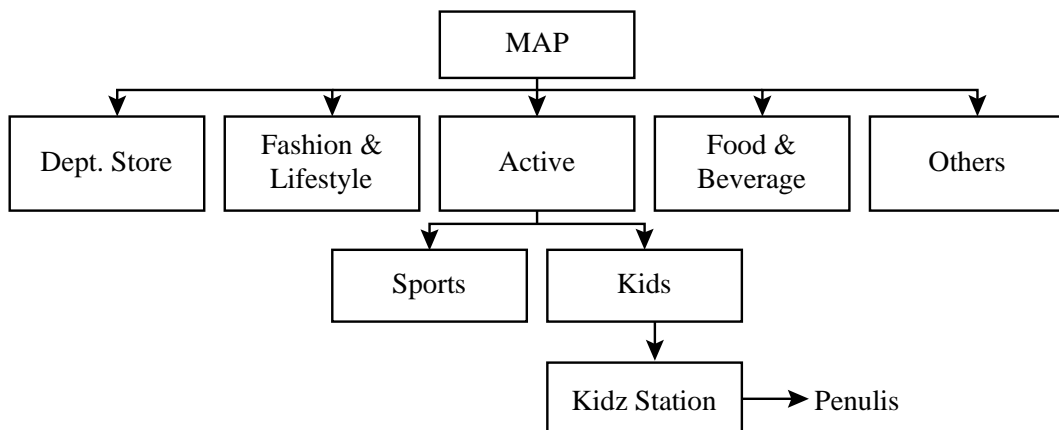
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan praktik kerja magang, penulis berperan sebagai desainer grafis untuk divisi MAA Children – Advertising & Promotion, di PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk (MAA). Penulis membantu membuat *web banner*, konten media sosial Instagram, serta *point of purchase* (POP).

3.1.1. Kedudukan

Penulis ditempatkan di divisi *Kids Advertising and Promotion* selama kurang lebih 3 minggu untuk melakukan praktik kerja magang. Divisi ini bertanggung jawab atas Kidz Station dan dikoordinasikan oleh Ibu Marygrace Samsons dan Ibu Ratu Wulan Permatasari selaku *Marketing Division Manager*. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis dibimbing oleh Ibu Ratu Wulan Permatasari.



Gambar 3.1. Divisi Pemempatan Praktik Kerja Magang

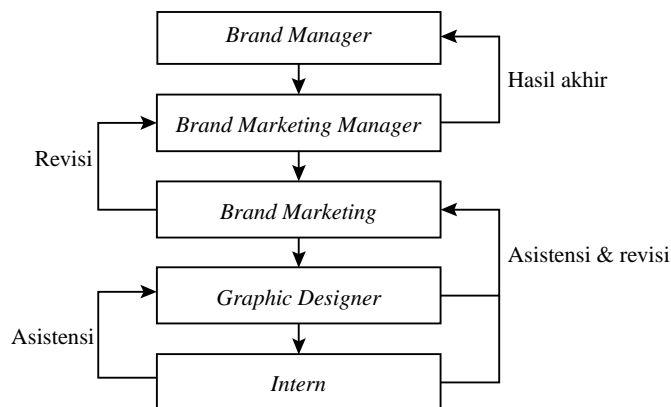
3.1.2. Koordinasi

Pekerjaan yang dilakukan selama berada di divisi MAA Children – Advertising & Promotion adalah membuat *web banner* untuk berbagai *e-commerce* seperti

MAPemall, kidstation.asia, Blibli, Lazada, serta iLotte, konten media sosial untuk Instagram @kidzstation, serta *point of purchase* (POP) untuk toko fisik Kidz Station. Konten-konten yang dibuat berkaitan dengan promo yang akan diadakan, peluncuran produk baru, maupun penyelenggaraan event. Sebelum penulis melakukan kerja magang, pekerjaan ini dikoordinasikan untuk tim desain MAA yang terdiri dari 3 orang untuk mengerjakan seluruh konten dari brand yang berada dalam naungan MAA. Namun dikarenakan banyaknya konten dan brand yang harus dikerjakan, ditambah dengan siklus kerja ritel yang cepat, maka pekerjaan-pekerjaan ini sulit dikerjakan oleh 3 orang.

Oleh karena itu, penulis diberi kepercayaan untuk mengerjakan kebutuhan-kebutuhan desain media elektronik maupun cetak untuk brand Hasbro. Namun penulis juga diberikan tugas untuk mengerjakan konten brand anak-anak lainnya seperti Smiggle.

Penulis ditugaskan membuat konten-konten dari *Brand Manager* yang diteruskan ke divisi MAA Children – Advertising & Promotion. *Brand Manager* perencanaan pembuatan promo maupun peluncuran produk baru akan diinformasikan dari *Brand Team* ke *Marketing* yang bersangkutan melalui *e-mail*. Setelah *Marketing* mendapatkan data-data yang diperlukan, *brief* diberikan kepada desainer *e-mail* maupun *brief* yang sudah dicetak untuk membuat konten yang sudah ditetapkan mengikuti *styleguide* dari *brand* yang bersangkutan. Proses pembuatan desain diserahkan sepenuhnya kepada penulis jika konten yang dibuat berdasarkan *styleguide*, namun penyusunan *layout* harus melalui proses asistensi. Desain harus melalui proses asistensi jika tidak menggunakan *styleguide*. Penulis diharapkan membuat 1 contoh desain terlebih dahulu untuk disetujui oleh *Marketing* dan *Brand Manager* sebelum membuat desain untuk *platform* lainnya.



Gambar 3.2. Koordinasi Dalam Kidz Station

Platform e-commerce yang paling sering penulis kerjakan antara lain MAPemall, kidzstation.asia, Blibli, Lazada, dan iLotte. Untuk setiap *platform e-commerce* dibutuhkan ukuran *desktop* dan *mobile*, maupun berbagai jenis banner lainnya jika diperlukan.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani praktik kerja magang, pekerjaan yang paling banyak dilakukan penulis adalah membuat *web banner*. Tugas-tugas yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1	Disney Princess – Be Bright Be Bold	<i>Social media asset</i> (IG <i>post</i> dan IG <i>story</i>) edisi Mulan
2.		Big Sale periode 13-15 Maret 2020	IG <i>story</i> (Ads)
3.	2	Promo Smiggle - Backpack	<i>Web banner</i>
4.		Weekend Surprise Deals	POP (<i>point of purchase</i>)
5.		Hasbro Official Store	<i>Banner profile</i> Blibli
6.		Kidz Station Lazada	<i>Brand banner</i> Hasbro, Smiggle, dan Carter's
7.		Smiggle iLotte	<i>Web banner</i> dan <i>category banner</i>

8.		Disney Princess – Be Bright Be Bold	<i>Web banner</i> edisi Mulan
9.		Smiggle Gold Collection	<i>Web banner</i>
10.		Trolls World Tour 2020	<i>Web banner</i>
11.		Littles by Baby Alive <i>new arrival</i> dan <i>hot item</i>	<i>Social media asset</i> (IG <i>post</i> dan IG <i>story</i>)
12.		Big Sale – Crazy Deals <i>up to 90% off</i>	POP (<i>point of purchase</i>)
13.		Kidz Station – Lazada Birthday Sale	<i>Web banner</i>
14.		Smiggle promo MAPemall	<i>Web banner</i>
15.	3	Promo Hasbro Official Store periode 20-26 Maret (Lazada, MAPemall, kidzstation.asia, Blibli), 27-29 Maret (MAPemall, kidzstation.asia, Blibli), dan 28-29 Maret (Lazada)	<i>Web banner</i>
16.		Promo Smiggle MAPemall	<i>Web banner</i>
17.		Hasbro Campaign – Bring Home the Fun	<i>Social media asset</i> (IG <i>post</i> dan IG <i>story</i>)
18.		Smiggle <i>new arrival</i>	<i>Web banner</i>
19.		<i>Stay Hygienic</i> (Instagram: @kidzstation)	<i>Social media asset</i> (IG <i>post</i>)
20.		Kidz Station – Lazada Birthday Sale	<i>Social media asset</i> (IG <i>post</i> dan IG <i>story</i>)
21.	4	Promo kidzstation.asia dan Smiggle	<i>Web banner</i>
22.		#AyoBermainDiRumahAja – (Instagram: @kidzstation)	<i>Social media asset</i> (IG <i>post</i> dan IG <i>story</i>)

23.		Big Sale edisi <i>Everything</i> 40% <i>off</i>	<i>Social media asset</i> (IG <i>post</i> dan IG <i>story</i>) versi Hasbro, kidzstation.asia, dan Lego
			<i>Web banner</i> versi Hasbro, kidzstation.asia, dan Lego

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama menjalani praktik kerja magang, pekerjaan yang dominan dilakukan oleh penulis adalah membuat desain *web banner* untuk berbagai *e-commerce*. Selain itu, penulis juga diberikan tugas untuk membuat *Point of Purchase (POP)* dan asset media sosial untuk Instagram. Sebelum menjalankan tugas, penulis biasanya akan di-*briefing* oleh pembimbing lapangan ataupun *brand marketing* yang bersangkutan.

3.3.1. Perancangan Aset untuk Hasbro Official Store di Blibli

Hasbro, Inc. (Hassenfeld Brothers) merupakan perusahaan mainan terbesar asal Amerika Serikat yang memiliki beberapa jenis mainan termasuk di dalamnya adalah *board game*. Beberapa merk besar dari Hasbro meliputi Nerf, Play Doh, Monopoly, My Little Pony, dan lain sebagainya. Untuk memperluas pasarnya, Hasbro mau membuka toko resmi di *platform* Blibli. Penulis ditugaskan untuk membuat *banner-banner* yang diperlukan.



Gambar 3.3. Logo Hasbro

Sumber: Data Internal Perusahaan

a. *Briefing*

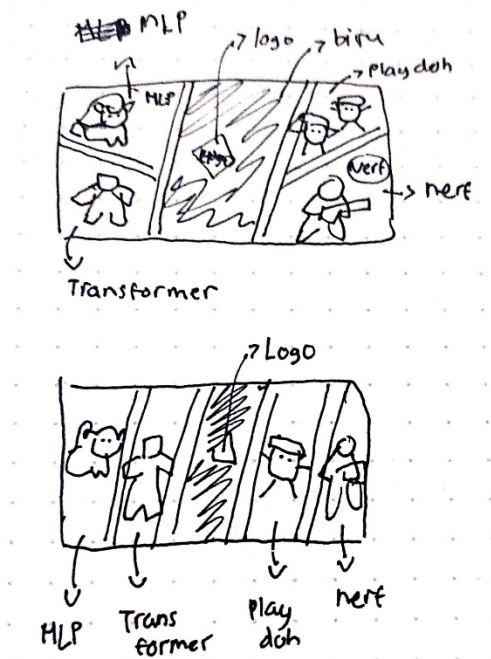
Pembuatan aset untuk toko resmi di Blibli dimulai dari pemberian *brief* dari *brand marketing* yang bersangkutan. Penulis diberikan daftar *banner* apa saja yang harus dibuat serta ukurannya dalam *platform desktop* dan *mobile* serta contoh tampilan toko resmi dari brand yang sudah memiliki toko resmi terlebih dahulu. Penulis juga diberikan gambar dan logo yang diperlukan untuk *brand-brand* yang mewakili Hasbro untuk dijadikan visual utama.

b. Konsep

Langkah pertama yang penulis lakukan adalah membuat konsep untuk *banner profile* di halaman muka. Penulis ingin merancang *banner* dengan membagi *artboard* menjadi beberapa bagian karena setiap *brand* yang menjadi visual utama dapat memiliki karakteristiknya masing-masing. Penulis mengambil referensi kolom pada komik karena bentuknya tidak seragam agar tidak terkesan kaku.

c. Sketsa

Langkah berikutnya yang penulis lakukan adalah membuat sketsa untuk *banner profile* sesuai dengan konsep yang telah dibuat. Penulis membagi *banner* menjadi 5 kolom sebagai tempat untuk masing-masing *brand* yang mewakili Hasbro.



Gambar 3.4. Sketsa *Banner Profile*

d. Digitalisasi

Langkah berikutnya adalah mendigitalisasi sketsa yang telah disetujui. Penulis menggunakan aplikasi Adobe Photoshop karena di MAA hanya memiliki aplikasi tersebut sehingga jika ada sedikit menyesuaikan penempatan, pihak desainer lainnya bisa mengubahnya langsung tanpa harus meminta penulis sehingga pekerjaan dapat berjalan lebih efisien. Selain itu, menggunakan Adobe Photoshop juga memudahkan penulis dalam pengerjaan proyek ini karena tidak perlu memindahkan gambar yang sudah dicrop ke aplikasi lain.



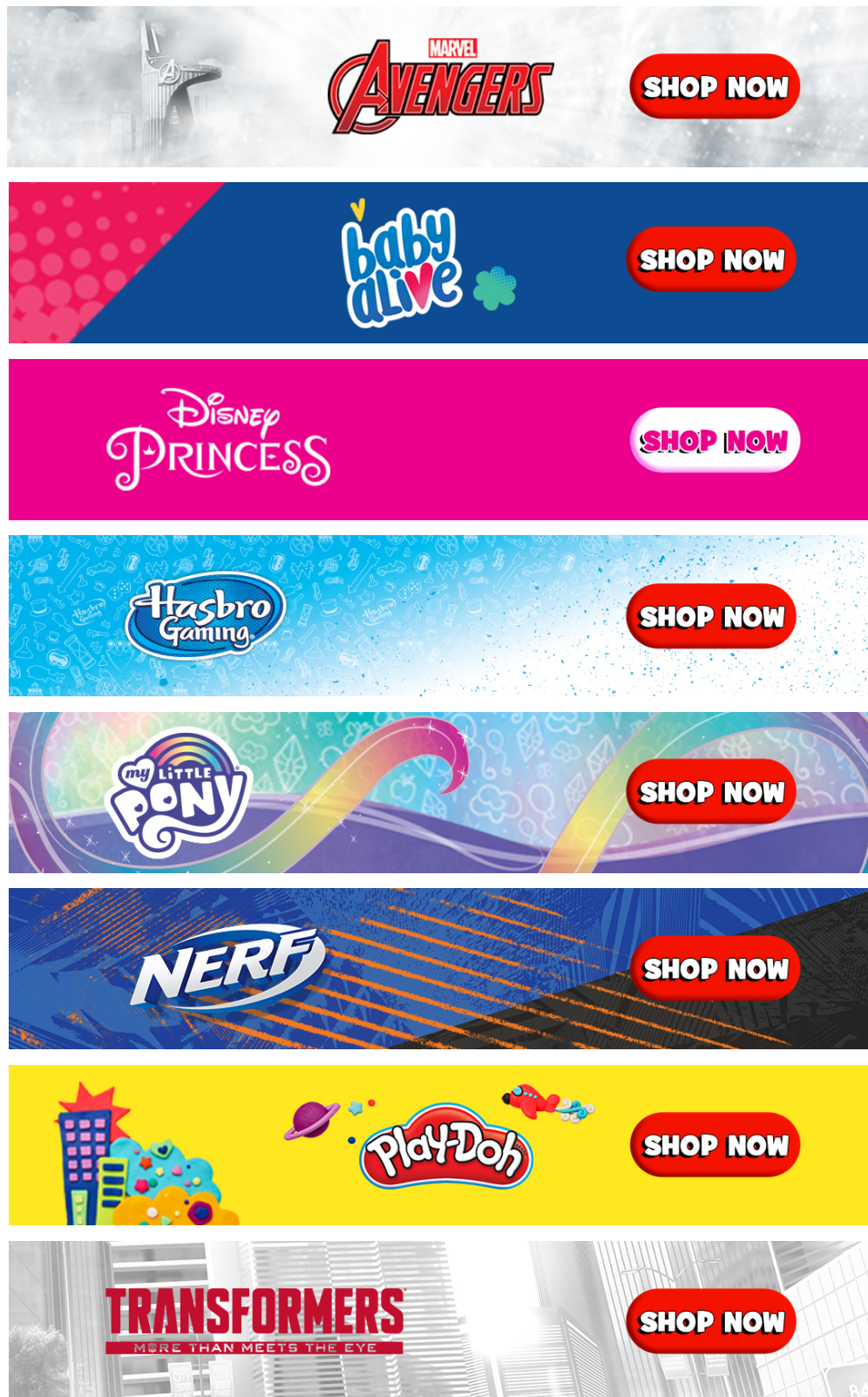
Gambar 3.5. Hasil Akhir *Banner Profile*

Setelah selesai membuat *banner profile*, penulis beralih membuat *catalog banner*. Pembuatan *catalog banner* dilakukan langsung tanpa proses sketsa karena lebih sederhana dibandingkan dengan *banner* utama. Ada 4 jenis *catalog banner* yang harus dibuat, antara lain Action Figure, Dolls & Accessories, Learning & Games, dan Sports & Outdoor. Masing-masing *banner* didesain berdasarkan *brand* yang mewakili kategori tersebut.



Gambar 3.6. Hasil Akhir *Catalog Banner*

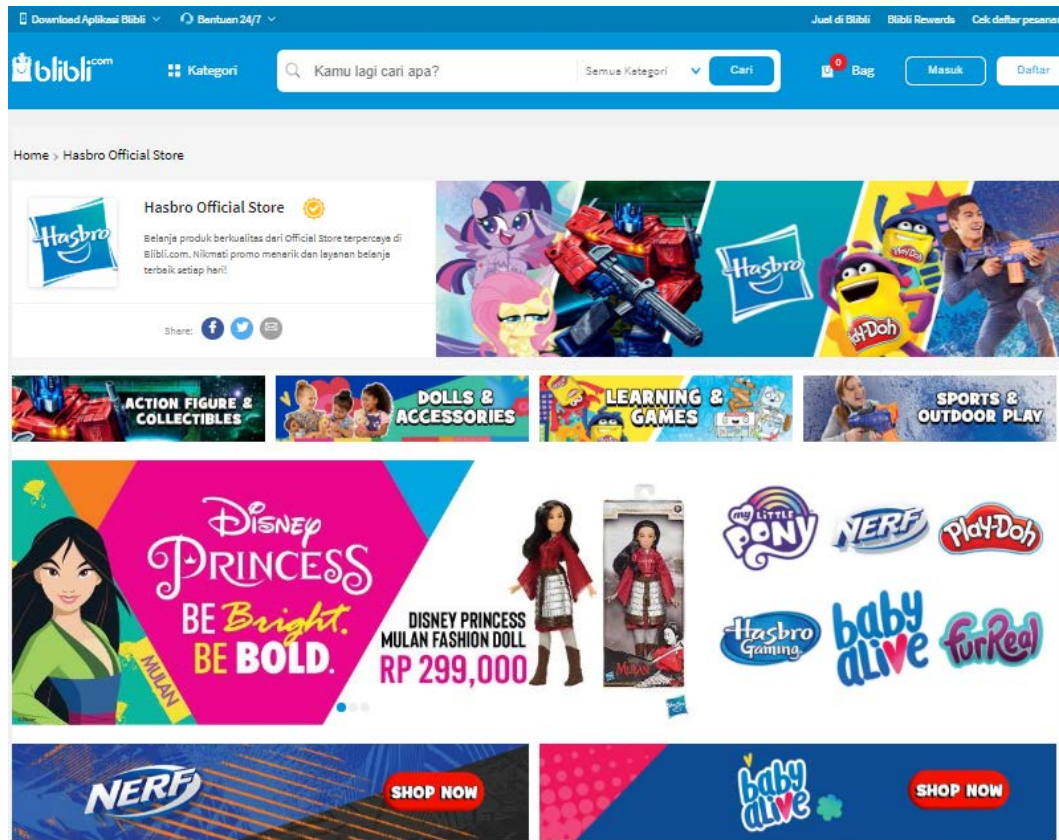
Setelah menyelesaikan *catalog banner*, penulis berlanjut ke *additional banner*. Sama seperti *catalog banner*, pembuatan *additional banner* juga terbilang sederhana. Setiap *banner* yang dibuat, didesain mengikuti *brand* yang bersangkutan sehingga tidak diperlukan sketsa. *Additional banner* dibuat untuk *brand-brand* besar Hasbro.



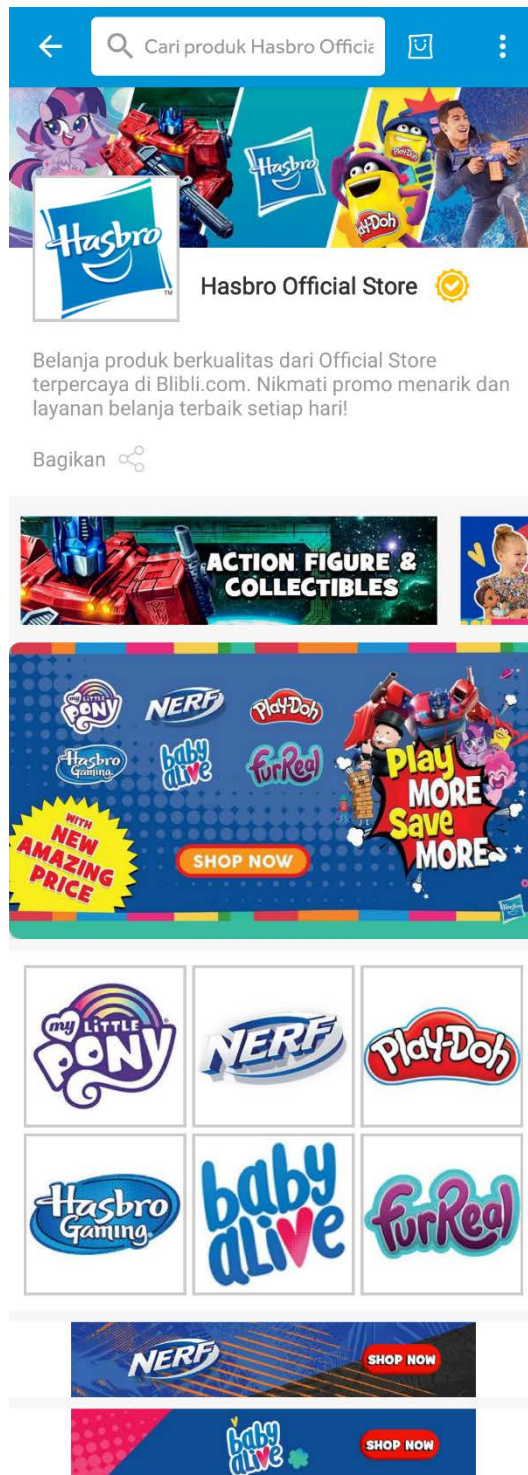
Gambar 3.7. Hasil Akhir Additional Banner

e. Final

Setelah seluruh *banner* yang dibutuhkan selesai dikerjakan, penulis memberikan seluruh file JPEG dan PSD kepada *brand marketing* yang bersangkutan untuk diperiksa lagi secara keseluruhan. Setelah selesai diperiksa, *brand marketing* akan meneruskan hasil *banner* tersebut untuk diserahkan ke pihak Blibli.



Gambar 3.8. Hasil Akhir *Desktop*



Gambar 3.9. Hasil Akhir *Mobile*

3.3.2. Perancangan Media Promosi Lazada Birthday Sale Kidz Station

Kidz Station merupakan gerai *multi-brand* yang menyediakan berbagai jenis mainan anak-anak serta perlengkapan bayi. Pada tanggal 20 Maret 2020 hingga 27

Maret 2020, Kidz Station turut berpartisipasi dalam acara Lazada Birthday Sale dan memberikan penawaran potongan harga untuk *brand-brand* tertentu yang dibeli melalui aplikasi maupun situs Lazada.

a. *Briefing*

Penulis diberikan *brief* pada tanggal 18 Maret 2020 melalui *chat* dan telepon melalui WhatsApp karena pada saat itu, perusahaan sedang memberlakukan sistem kerja *Work From Home* (WFH) untuk menanggapi aturan pemerintah terkait pencegahan penularan virus COVID-19. Penulis diminta membuat *web banner* untuk toko resmi Kidz Station di Lazada dan aset *ads* media sosial untuk Instagram Kidz Station (@kidzstation). Batas waktu yang ditentukan adalah 1 hari sebelum promo dimulai, yaitu tanggal 19 Maret 2020.

b. Referansi

Penulis diminta untuk membuat desain dengan mengikuti acuan desain dari Lazada Birthday Sale. Selain itu, penulis juga diberikan referensi desain yang pernah dibuat untuk Kidz Station sebelumnya. Dalam perancangan ini, penulis memutuskan untuk menggabungkan elemen-elemen dari referensi yang diberikan.



Gambar 3.10. Referensi Desain

c. Digitalisasi

Dikarenakan batas waktu yang sangat singkat, penulis tidak sempat membuat sketsa terlebih dahulu dan langsung membuat 2 alternatif desain secara digital untuk

mempersingkat waktu. Penulis membuat desain berdasarkan desain utama Lazada Birthday Sale, yaitu *background* berwarna biru dan teks berbentuk lampu neon.



Gambar 3.11. Alternatif Desain Lazada Birthday Sale Periode 20-26 Maret 2020

d. Revisi

Penulis mendapat *feedback* kalau desain yang dibuat terlalu sederhana sehingga penulis membuat beberapa alternatif desain lainnya dengan menambahkan karakter-karakter dari *brand-brand* yang ada di Kidz Station. Selain itu, penulis juga mengubah *font* karena *font* yang digunakan sebelumnya terlihat sedikit kaku dan tidak sesuai dengan keseluruhan desain.



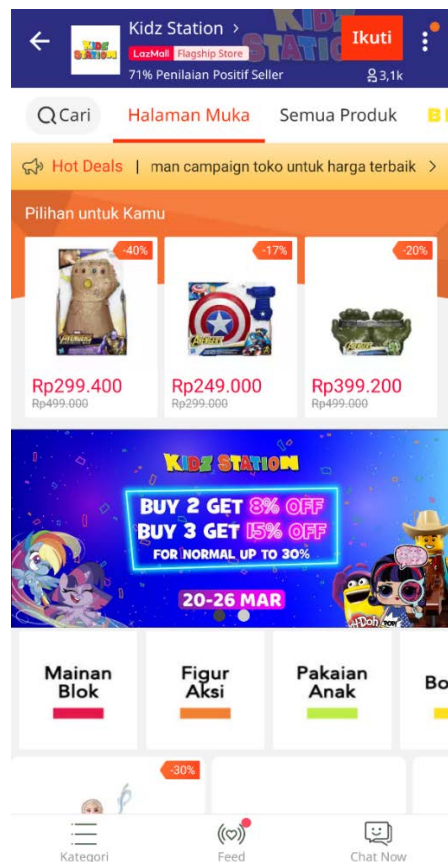
Gambar 3.12. Revisi Desain Lazada Birthday Sale Periode 20-26 Maret 2020

e. Final

Setelah didiskusikan bersama, *banner* pertama yang telah penulis buat akhirnya disetujui untuk digunakan Lazada Birthday Sale periode 20-26 Maret 2020.



Gambar 3.13. Hasil Akhir Desain Lazada Birthday Sale Periode 20-26 Maret 2020



Gambar 3.14. Tampilan *Banner* Lazada Birthday Sale Periode 20-26 Maret 2020 *Mobile*

Setelah selesai mengerjakan *banner* pertama, penulis beralih membuat *banner* selanjutnya untuk promo tanggal 27 Maret 2020. Dalam proses pembuatan *banner* ini, penulis mengikuti gaya desain yang telah dibuat untuk *banner* sebelumnya. Penulis mengalami kesulitan dalam menyusun foto produk sehingga dilakukan revisi berulang kali karena penyusunan foto produk tersebut terlihat kurang menarik. Namun pada akhirnya, desain *banner* disetujui.

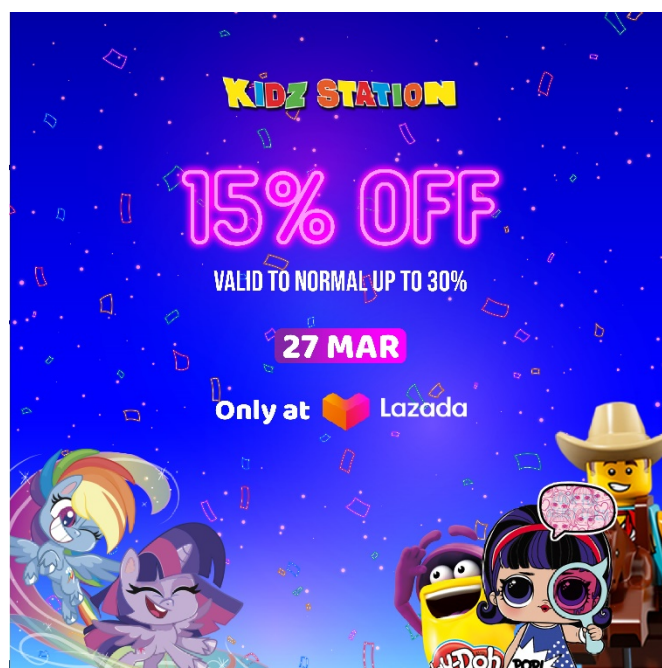


Gambar 3.15. *Banner* Lazada Birthday Sale Periode 27 Maret 2020

Setelah menyelesaikan *banner* periode 27 Maret 2020, *banner* diubah menjadi ukuran *feed* dan *story* Instagram untuk membuat *ads*. Karena perbedaan orientasi dan ukuran, maka desain dibuat sedikit berbeda dengan tambahan karakter-karakter yang digunakan pada *banner* sebelumnya. Desain ini digunakan sebagai *ads* sehingga harus mempertimbangkan ukuran teks dan gambar karena jika desain diuji coba melalui Facebook Ads dan persentase gambar kurang dari 80%, maka iklan yang dipasang akan menjangkau lebih sedikit *audience*.

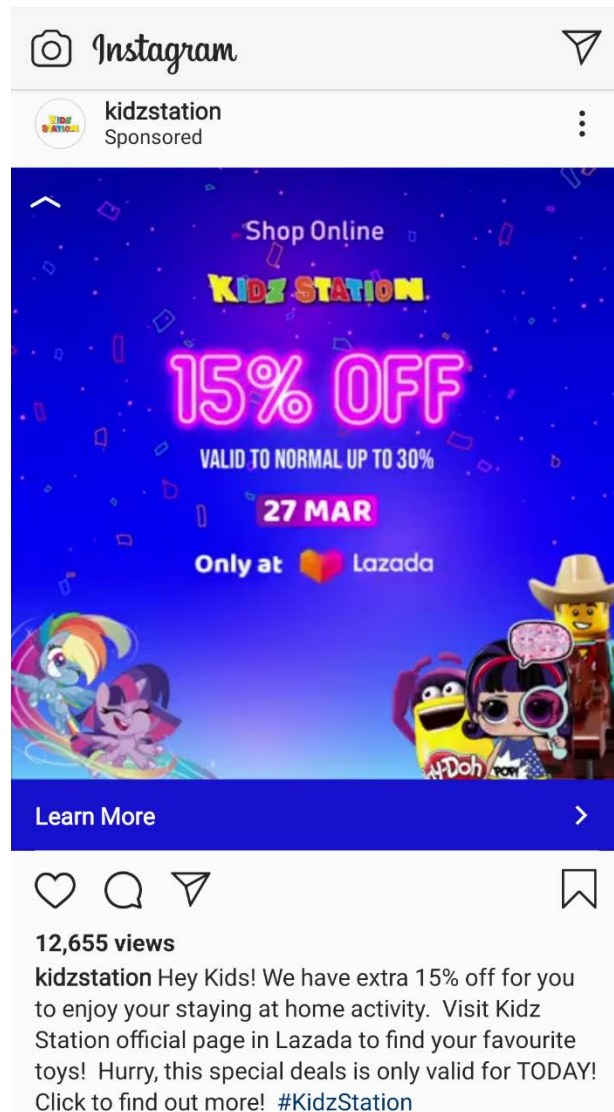


Gambar 3.16. Instagram *Story* Lazada Birthday Sale Periode 27 Maret 2020



Gambar 3.17. Instagram *Feeds* Lazada Birthday Sale Periode 27 Maret 2020

Desain yang telah selesai diserahkan kepada animator untuk dibuatkan versi animasinya. Penulis tidak diberikan tugas untuk menganimasikannya karena antrian tugas lainnya dan batas waktu yang sudah sangat dekat.



Gambar 3.18. Tampilan Ads Dalam Bentuk Instagram Feeds

3.3.3. Perancangan Media Promosi Kidz Station Big Sale Edisi Everything 40% Off

a. *Briefing*

Kidz Station mengadakan promo dalam rangka untuk memberikan anak-anak sarana hiburan selama masa *social distancing*. Penulis diminta membuat desain

yang mencolok. *Briefing* diberikan lewat WhatsApp berisi ukuran *file* yang dibutuhkan serta detail promo yang akan dilakukan. Penulis diminta untuk membuat desain Instagram *feeds* terlebih dahulu untuk disetujui dan diaplikasikan ke dalam media lainnya.

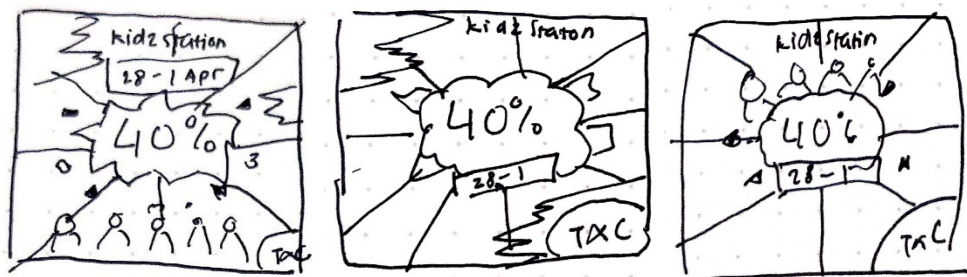
b. *Brainstorming*

Penulis melakukan pencarian ide untuk referensi desain melalui internet yang cocok dengan brand Kidz Station. Penulis memutuskan untuk membuat desain dengan gaya *pop art* karena sesuai dengan *briefing* yang diberikan untuk membuat desain yang mencolok.

c. Sketsa

Langkah pertama yang penulis lakukan adalah membuat beberapa sketsa dari proses *brainstorming* yang penulis lakukan. Penulis membuat sketsa kasar dan menggabungkan ide-ide dari sketsa tersebut dalam bentuk digital.

Fred 40%



Gambar 3.19. Sketsa Big Sale Edisi Everything 40% Off

d. Digitalisasi Final

Setelah membuat sketsa, penulis membuat desain dalam bentuk digital. Dalam merancang media promosi ini, penulis tidak melakukan revisi desain karena langsung mendapat persetujuan dari pihak-pihak yang bersangkutan. Hanya saja, *copywriting* untuk promo belum ditentukan sehingga penulis diminta membuat beberapa versi lainnya untuk opsi seperti “Disc 40%”, “Flat 40%”, dan “Everything 40%”. Dan yang disetujui untuk digunakan adalah “Everything 40%”.

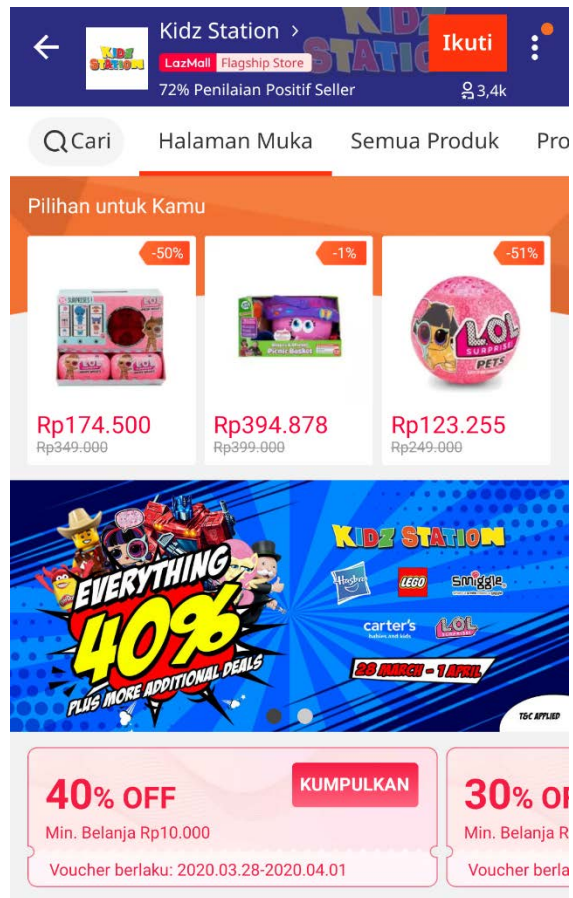


Gambar 3.20. Desain Instagram Feeds Big Sale Edisi Everything 40% Off

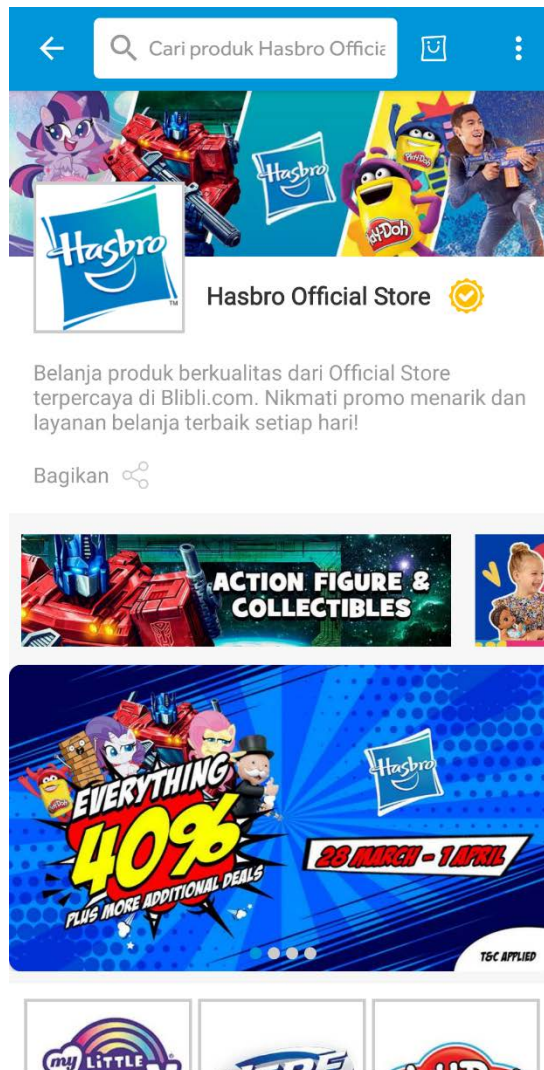
Penulis mengaplikasikan desain yang telah disetujui ke dalam media lainnya yaitu *web banner* untuk Lazada, Blibli, dan MAPemall. Desain ini juga dibuat untuk versi *brand* khusus yaitu Hasbro dan Lego. Untuk brand Hasbro, penulis mengganti logo Kidz Station menjadi logo Hasbro serta karakternya. Untuk Lego, penulis harus mengganti *background* menjadi *background* milik Lego yang berwarna kuning serta terdapat beberapa buah Lego di dalamnya. Lego memiliki aturan tersendiri dalam meletakkan logo pada *background*, yaitu di belakang logo tidak boleh ada balok Lego.



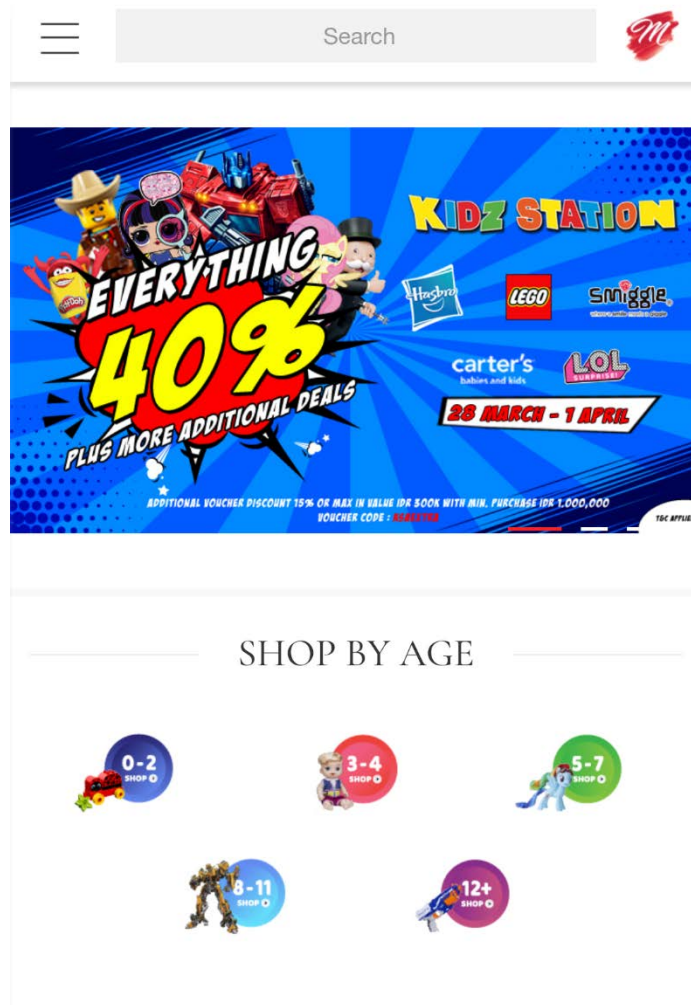
Gambar 3.21. Desain Web Banner Big Sale Edisi Everything 40% Off



Gambar 3.22. Web Banner Big Sale Edisi Everything 40% Off Untuk Lazada



Gambar 3.23. Web Banner Big Sale Edisi Everything 40% Off Untuk Hasbro



Gambar 3.24. Web Banner Big Sale Edisi Everything 40% Off Untuk MAPemall



Gambar 3.25. Desain Instagram Feeds Everything 40% Off Versi Hasbro



Gambar 3.26. Desain Instagram *Feeds* Everything 40% Off Versi Lego